

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ABON LELE
DI DESA TEGALREJO KECAMATAN SAWIT DAN DESA
TANJUNGSARI KECAMATAN BANYUDONO
KABUPATEN BOYOLALI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S-1

Fakultas Geografi



Oleh:

MOHAMMAD NUR HUDA

NIM : E100150133

**FAKULTAS GEOGRAFI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ABON LELE DI DESA TEGALREJO KECAMATAN SAWIT DAN DESA TANJUNGSARI KECAMATAN BANYUDONO KABUPATEN BOYOLALI

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

MOHAMMAD NUR HUDA

NIRM : E100150133

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing


Drs. Umrotun, M.Si.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI ABON
LELE DI DESA TEGALREJO KECAMATAN SAWIT DAN
DESA TANJUNGSARI KECAMATAN BANYUDONO
KABUPATEN BOYOLALI**

Oleh :
MOHAMMAD NUR HUDA
NIRM : E100150133

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Geografi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

1. Drs. Umrotun, M.Si.
(Ketua Dewan Pembahas)
2. Dr. Choirul Amin, MM
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Dahroni, M.Si
4. (Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

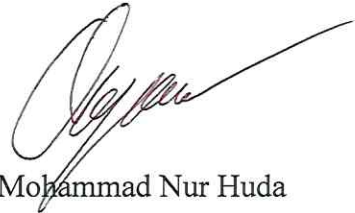


Dekan,
Drs. Yuli Priyana, M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Naskah Publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustka.

Surakarta, 31 Oktober 2019



Mohammad Nur Huda

INTISARI

Penelitian ini berjudul Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Abon Lele di Kabupaten Boyolali Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit dan Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui karakteristik usaha Abon Lele terhadap sosial ekonomi di Desa Tegalrejo dan Desa Tanjungsari, (2) Mengetahui strategi pengembangan usaha Industri Abon Lele di Desa Tegalrejo dan Desa Tanjungsari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis dan deskriptif dengan pendekatan keruangan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan antara lain umur, tingkat pendidikan, status perkawinan, jumlah tenaga kerja, hambatan usaha, tingkat pendapatan, tingkat pengeluaran, dan strategi. Sedangkan data sekunder yang digunakan antara lain kepadatan penduduk, jenis kelamin. Dengan melakukan sensus ke lapangan karena ada 4 orang pengusaha dilakukannya sensus sehingga memuat semua pengusaha, dari 3 pengusaha berada di Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali dan 1 pengusaha berada di Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali. Hasil penelitian berupa (1) Karakteristik Industri Abon Lele Di Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit dan Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali menggambarkan bahwa jenis kelamin pengusaha abon lele seluruhnya 100% perempuan, umur pengusaha abon lele rata – rata kebanyakan berusia lebih dari 49 tahun sebanyak 50%, pendidikan terakhir pengusaha kebanyakan lulusan SMA sebanyak 75%, status perkawinan pengusaha seluruhnya 100% sudah berkeluarga. (2) Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Kabupaten Boyolali Industri Abon Lele Di Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Dan Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono di Kabupaten Boyolali. Strategi pengembangan usaha meliputi (a) strategi produksi dengan memperoleh bahan baku langsung membeli pada lokasi peternak ikan lele dan untuk bahan tambahan seperti bumbu – bumbu membeli pada lokasi pasar terdekat dengan tempat produksi abon lele, melakukan inovasi rasa pada produk abon lele, (b) Memperkerjakan tenaga kerja anggota keluarga pengusaha dan pekerja dari satu wilayah desa dengan tempat produksi abon lele, (c) Strategi pemasaran melalui sarana pemasaran online dengan menggunakan media sosial, menyasar toko oleh- oleh Kabupaten Boyolali, pemasaran ke luar kota ke kota – kota besar seperti Semarang, Jogja, Jakarta, (d) Strategi harga dengan menjual abon lele dengan harga terjangkau semua kalangan dan memberikan banyak varian harga menurut kemasan, dan isi abon lele.

Kata kunci : Industri Abon Lele, Karakteristik Abon Lele, Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele Kabupaten Boyolali

ABSTRACT

This study is entitled Abon Lele Entrepreneur Business Development Strategy in Boyolali District, Tegalrejo Village, Sawit District and Tanjungsari Village, Banyudono District. Rural industry has an important meaning in an effort to reduce

poverty levels in rural areas or in other words is expected to improve the welfare of rural communities. (1) to determine the characteristics of Abon Lele business towards socio-economy in Tegalrejo Village and Tanjungsari Village, (2) To know the strategy for developing Abon Lele Industry business development in Tegalrejo Village and Tanjungsari Village. The method used in this research is analysis and descriptive methods with a spatial approach using primary data and secondary data. Primary data used between others age, education level, marital status, number of workers, business barriers, income levels, expenditure levels, and strategies. While secondary data used include population density, rainfall data, land use, gender. By conducting a census to the field because there were 4 entrepreneurs census was carried out so that all the entrepreneurs from 3 entrepreneurs were in Tegalrejo Village, Sawit District Boyolali District and 1 entrepreneur was in Tanjungsari Village Banyudono District Boyolali District. The objectives of this study are. The results of the research are (1) . Characteristics of Abon Catfish Industry in Tegalrejo Village, Sawit Subdistrict and Tanjungsari Village, Banyudono Subdistrict, Boyolali Regency illustrates that the sex of shredded catfish entrepreneurs are entirely 100% women, the average age of shredded catfish entrepreneurs are mostly over 49 years, with the latest education most entrepreneurs graduated from high school by 75%, the marital status of entrepreneurs entirely 100% already married. (2) Business Development Strategy of Abon Catfish Regency of Boyolali Industrial Abon Catfish Industry in Tegalrejo Village, Sawit District and Tanjungsari Village, Banyudono District in Boyolali Regency. Business development strategies include (a) production strategy by obtaining raw materials directly to buy catfish breeders at the location of catfish breeders. and for buying spices in the nearest market location to the shredded catfish production site, innovating flavors in shredded catfish products, (b) Employing labor of family members of employers and workers from a village area with abon catfish production sites, (c) Strategy marketing through online marketing tools using social media, targeting souvenir shops in Boyolali Regency, marketing out of town to big cities like Semarang, Jogja, Jakarta, (d) Price strategy is obtained at competitive prices and cheaper compared to processed shredded meat cow

Keywords: Shredded Shredded Industry, Shredded Shredded Characteristics, Shredded Shredded Business Development Strategy Boyolali Regency

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Boyolali merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Boyolali mempunyai beragam jenis Industri dan salah satunya adalah industri abon lele . Menurut Tjipto L dan Syahrul (2001) abon adalah makanan berupa daging cincang yang telah dihaluskan, di didihkan, dan kemudian digoreng dengan campuran bumbu-bumbu alami sebagai penambah cita rasa. Penampilannya biasanya berwarna coklat terang hingga

kehitaman. Desa Tegalrejo adalah salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Sawit, Kabupaten Boyolali dan Desa Tanjungsari yang terletak di Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali. Di desa tersebut terdapat beberapa industri salah satunya adalah industri abon lele.

Ada 3 tempat pengolahan Abon Lele di Desa Tegalrejo, salah satu pengolahan dikelola oleh kelompok yaitu kelompok Abon Lele Karmina dan 2 dari perorangan. Untuk pekerja di Industri Abon Lele antara 7 sampai 16 orang dan perorangan mendapatkan upah Rp 50.000/hari. Dengan harga lele yang tergolong murah yaitu Rp 17.000 dan didapat dari tambak yang terdapat disekitar tempat industri maka bahan baku sangat mudah untuk didapatkan. (Penulis, 2019).

Desa Tanjungsari memiliki 1 tempat pengolahan abon lele yang dikelola oleh pengusaha perorangan. Untuk pekerja di industri abon lele ada 10 orang pekerja dengan upah Rp 30.000 – 40.000/hari. Ikan lele didapatkan di desa dan kecamatan lain yaitu di Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali dengan harga Rp 17.000/kg Berikut adalah perbandingan dari Desa Tegal Rejo dan Tanjungsari mengenai pengolahan, produksi dan bahan baku abon lele. (Penulis, 2019).

Tabel 1. Perbandingan Produksi Abon Lele di Desa Tegal Rejo dan Desa Tanjungsari

No	Perbandingan	Desa Tegal Rejo	Desa Tanjungsari
1	Pengolahan/Produksi	Manual	Otomatis (mesin)
2	Jumlah Pengusaha	3	1
3	Jumlah Pekerja	16	10
4	Bahan Baku Ikan Lele	Dari Tambak Lele/ Setoran	Dari beda kecamatan
5	Jumlah Produksi Perhari	240 Kg	100Kg
6	Harga Ikan Lele	Rp 17000/Kg	Rp 17000/Kg
7	Kesediaan Bahan Baku	Melimpah	Mengandalkan kecamatan lain
8	Distribusi/pemasaran Abon	Lokal, Jawa Tengah	Nasional

Sumber : Penulis 2019

Dari Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa perbedaan pola produksi antara pengusaha abon lele di Desa Tegal Rejo dan Desa Tanjungsari. Yang paling terlihat mencolok adalah pegolahannya, di Desa Tegal Rejo masih manual dan tentunya produksinya tak sebanyak di Desa Tanjungsari yang menggunakan mesin otomatis. Jumlah produksinya pun perhari di Desa Tanjungsari mencapai 100Kg. Akan tetapi untuk ketersediaan ikan lele, di Desa Tegal Rejo lebih melimpah karena di sekitar tempat produksi terdapat tambak lele.

Beberapa faktor yang menjadi masalah adalah pemasaran produk, akan tetapi karena adanya sosial media perlahan masalah pemasaran dapat di minimalkan. Strategi pemasaran yang digunakan kebanyakan dengan hanya dari mulut ke mulut atau dengan media sosial. Saat ini media sosial sangat cepat merambat dan memberikan dampak yang besar terhadap UKM, salah satunya usaha abon lele. Karena mengakses media sosial sudah terlalu mudah untuk semua orang dan hanya dengan handphone sudah bisa berinteraksi dengan pedagang langsung.

Peneliti mengambil tema abon lele karena abon lele adalah salah satu UKM yang bisa dikembangkan lebih besar lagi dan bisa membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Maka dari itu peneliti menentukan judul berupa **“Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele di Kabupaten Boyolali Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit dan Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono”**

1.2 Perumusan Masalah

Analisis Industri Abon Lele merupakan salah satu industri kecil menengah yang memiliki potensi untuk terus berkembang. Perkembangan suatu usaha diperlukan peran pengusaha dalam menjalankan strategi pengembangan suatu usaha tersebut. Karakteristik sosial ekonomi pelaku usaha patut di perhatikan lantaran pelaku usaha dalam hal ini adalah industri abon lele memiliki dampak besar terhadap perputaran ekonomi. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah

1. Bagaimana karakteristik usaha abon lele di Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono dan Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha pada pengusaha abon lele di desa Tegalrejo, Kecamatan Sawit dan desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui karakteristik usaha Abon Lele terhadap sosial ekonomi di Desa Tegalrejo dan Desa Tanjungsari
- b. Mengetahui strategi pengembangan usaha Industri Abon Lele di Desa Tegalrejo dan Desa Tanjungsari

2. METODE

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode sensus untuk memperoleh data primer dilapangan. Penelitian ini dilakukan dengan melalui tahap-tahap sebagai berikut penentuan daerah penelitian, penentuan responden, pengumpulan data, dan analisis data.

2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah lokasi industri abon lele tersebar di seluruh Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit dan Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode sampling jenuh. Peneliti menggunakan beberapa metode dalam penelitian ini yaitu Metode Survey, Studi Dokumentasi, Observasi, dan Metode Studi Kepustakaan. Analisis data pada penelitian ini terdiri atas Analisis statistik, Analisis Deskriptif, dan Analisis Keruangan.

Penelitian ini menekankan pada karkteristik dan stategi pengembangan usaha abon lele. Persebaran pemasaran abon lele dianalisi dengan digambarkan pada

Peta Persebarannya guna meningkatkan strategi dalam pemasarannya. Interaksi keruangan yang mempengaruhi industri abon lele diukur dengan aspek – aspek tertentu seperti tenaga kerja, modal usahanya, perolehan bahan bakunya, dan pemasarannya.

2.3 Teknik Pengolahan Data

Pengelolaan data dapat dilakukan dengan proses- proses tertentu. Penelitian ini menggunakan proses yang meliputi:

- a. Proses editing data yaitu suatu kegiatan meneliti kembali jawaban yang diberikan oleh responden kepada peneliti sehingga meningkatkan mutu
- b. Membuat tabel untuk masing- masing variabel agar mengetahui seberapa banyak data yang dikumpulkan dari responden.

2.4 Metode Analisis Data

2.4.1 Analisis statistik

Penelitian ini nantinya memakai tabel frekuensi. Tabel frekuensi digunakan untuk menganalisis satu variabel. Tabel frekuensi menggunakan variabel sosial dan ekonomi (pendidikan dan pendapatan). Variabel demografi digunakan untuk karakteristik responden (umur, jenis kelamin, status perkawinan, jumlah tanggungan keluarga).

2.4.2 Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan serta menjelaskan variabel sosial ekonomi yang terjadi yang di peroleh dari analisis data kualitatif. Penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, dan dengan sebuah kesimpulan dari analisis data tersebut.

2.4.3 Analisis Keruangan

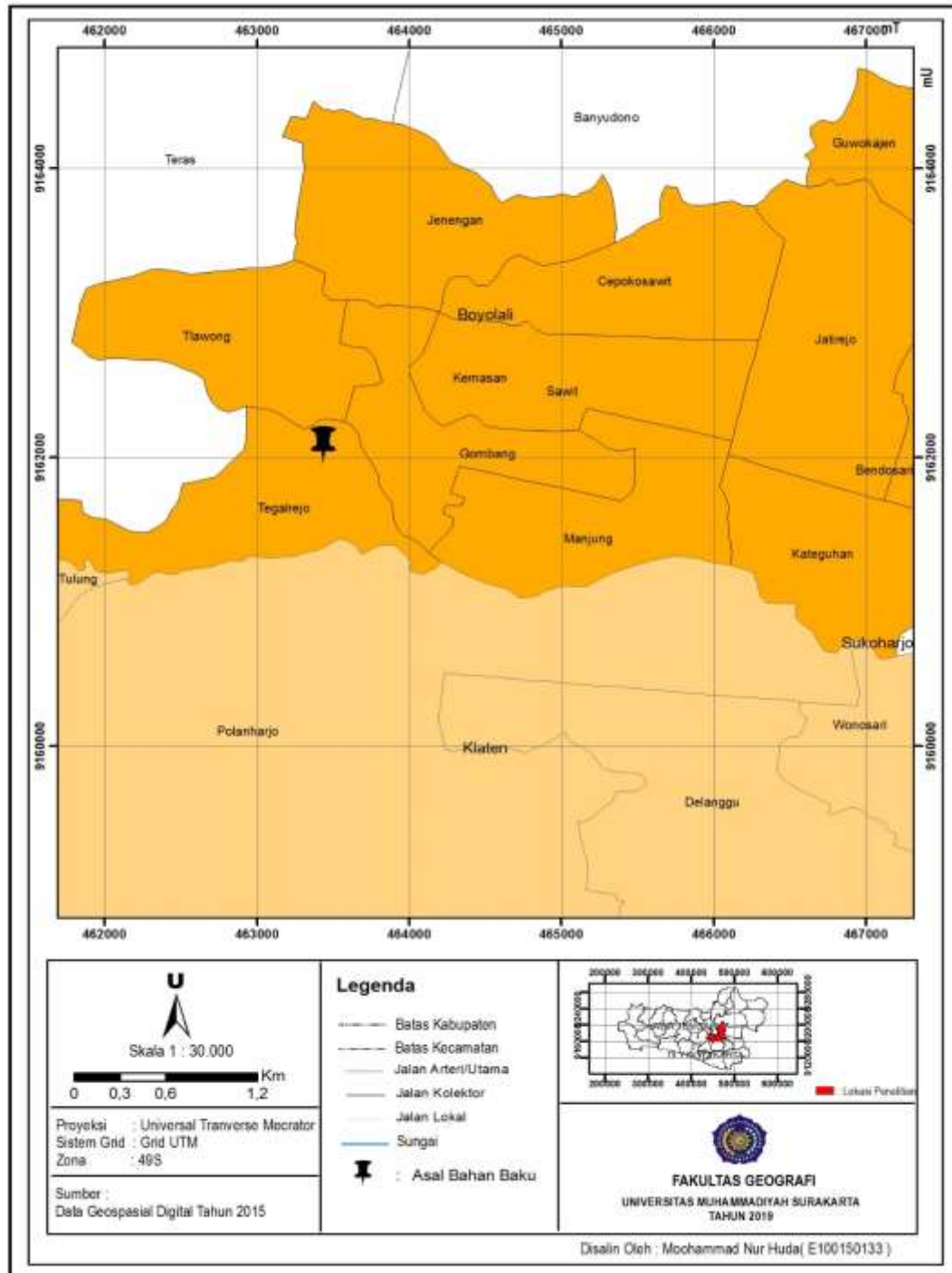
Analisis ini bertujuan untuk menganalisis dari aspek geografinya dengan pendekatan geografi untuk menganalisis antar lokasi atau keruangan baik secara horisontal dan vertikal

Diagram Alir Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

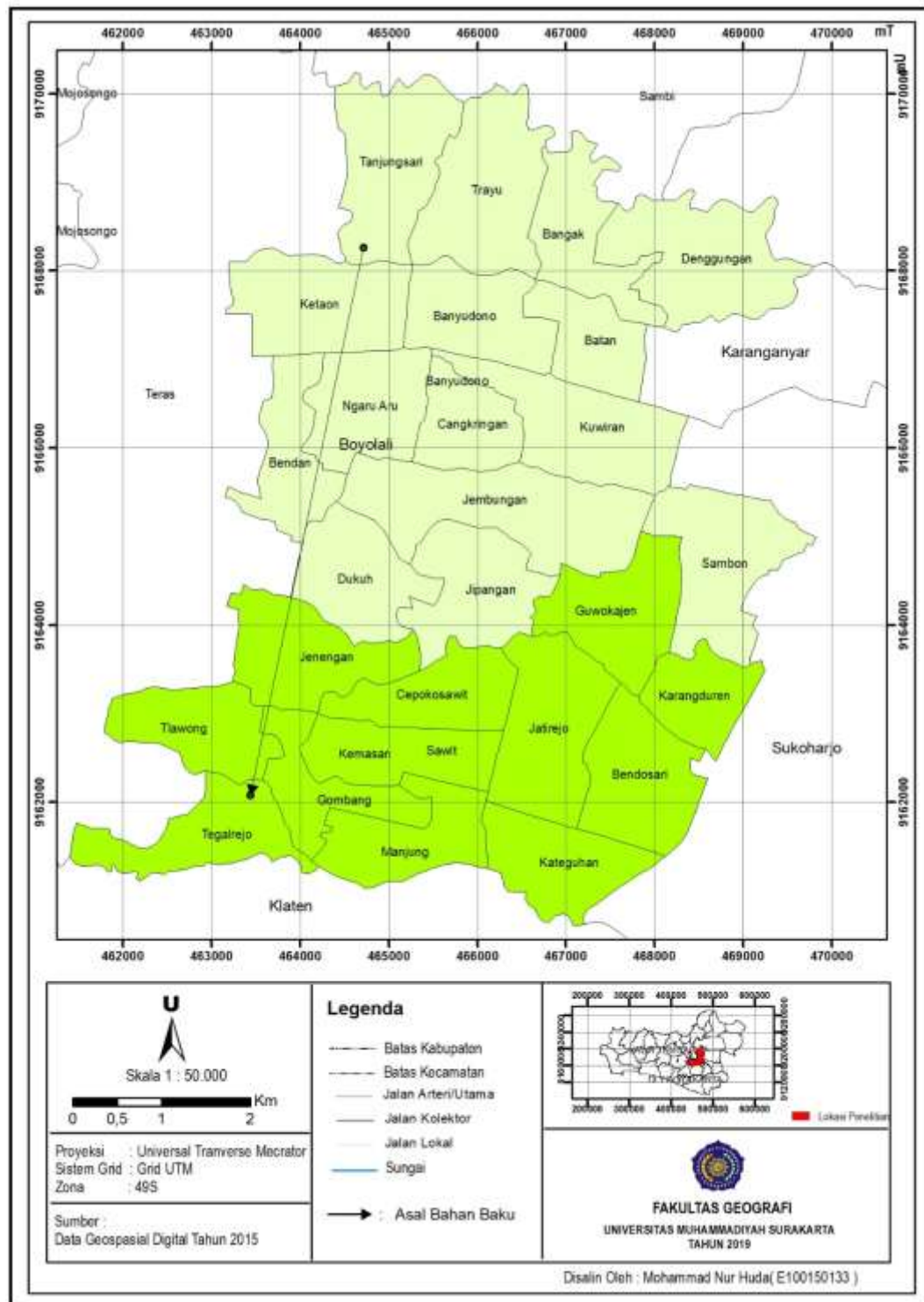
3.1 Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele

3.1.1 Asal Bahan Baku



Gambar 2 Asak Bahan Baku Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali

Dari peta di atas menggambarkan bahwa pengusaha abon lele yang bersada di Desa Tanjungsari Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali memperoleh bahan baku untuk pembuatan abon lele di dapat pertama dari desanya sendiri yaitu Desa Tegalrejo untuk bahan lainnya seperti bumbu – bumbu dapur para pengusaha mendapatkan di pasar terdekat dengan pengolahan abon lele Desa Tegalrejo seperti pasar yang besar karena kebutuhan bahan bumbu yang banyak seperti pasar Delanggu yang ada di wilayah Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten dan pasar Desa Tegal Gondo Kecamatan Wonosari Kabupaten Klaten .Hal ini dilakukan untuk meminimalisir dari segi transportasi untuk tidak membebankan pada produksinya.



Gambar 2 Peta Asal Bahan Baku Desa Tanjungsari Kecamatan Banyuwedono Kabupaten Boyolali

Gambar peta di atas menunjukkan pengusaha abon lele Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono memperoleh bahan baku utama dari 2 tempat. Menurut narasumber pemilik industri abon lele Ibu Eka menuturkan tempat pertama yaitu Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit untuk memperoleh bahan baku utama yaitu ikan lele. Kemudian untuk memperoleh bumbu – bumbu dapur diperoleh dipasar terdekat dengan pengolahan abon lele yaitu pasar Pengging yang berada di Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali.

3.1.2 Strategi Produksi

Tabel 2. Asal Bahan Baku

No	Daerah Asal Bahan Baku	F	%
1	Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali	4	100
2	Desa lain	0	0
Jumlah		4	100

Sumber: Penulis, 2019

Tabel di atas menunjukkan seluruh pengusaha abon lele mendapatkan bahan baku seluruhnya di dapat di Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali dan tidak ada dari Desa lain. . Sedangkan satu pengusaha yaitu yang berasal dari Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali juga mengambil bahan baku utama yaitu ikan lele juga di dapata dari Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali dikarenakan tidak adanya bahan baku dari kecamatan tersebut jarak tempuh lokasi Desa Tanjungsari dan Desa Tegalrejo sejauh 3,6 km ini relatif tidak terlalu jauh walaupun 2 desa tersebut berbeda Kecamatan.

Inovasi juga diperlukan dalam hal pengembangan usaha pemilik usaha abon lele memberikan inovasi dari hal rasa pada abon lele tidak melulu pada rasa original atau manis abon lele tetapi juga ada rasa lain seperti rasa pedas dan bawang varisasi rasa ini diperlukan agar konsumen tidak bosan dan selalu menanti inovasi apalagi yang dikeluarkan oleh produk abon lele sehingga produk abon lele semakin berkembang

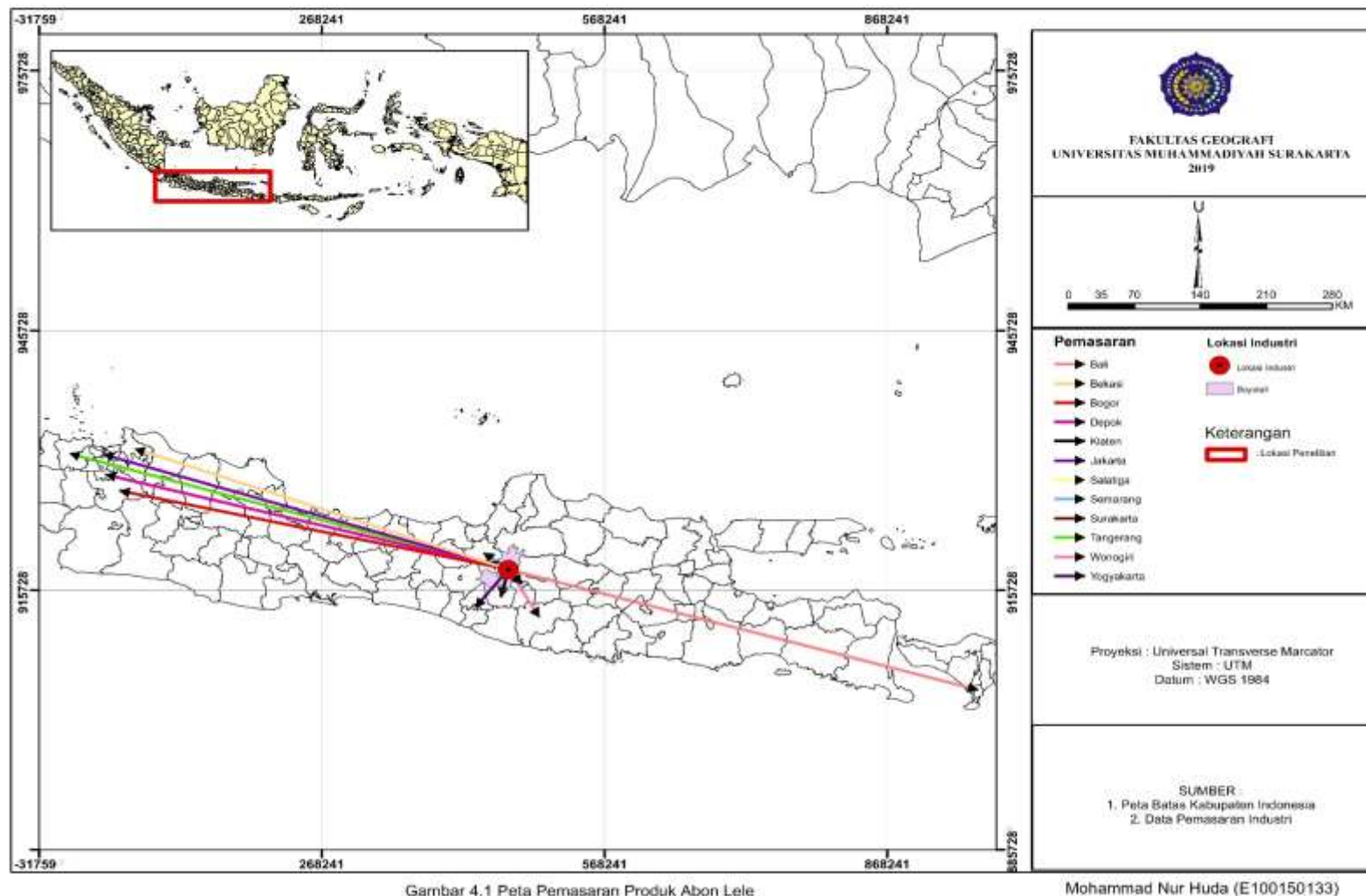
3.1.3 Strategi Tenaga Kerja

Strategi dalam hal tenaga kerja para pengusaha di desa Tegalrejo Kecamatan Sawit dan desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali memilih tenaga kerja yang berasal dari desa atau wilayahnya dekat dengan rumah produksi tersebut. Hal ini bisa mendapatkan kesepakatan gaji atau upah yang lebih murah apabila tenaga kerja di dapat dari tetangga, saudara yang berada dekat dengan rumah produksi. Hal ini untuk menekan pengeluaran dalam hal tenaga kerjanya.

Tenaga kerja yang dibutuhkan juga tidak banyak hanya 4 sampai 5 orang saja karena kebutuhan produksi suatu ukm usaha abon lele yang tidak memerlukan tenaga yang banyak dalam hal produksi itu sendiri karena proses produksi pembuatan abon lele yang sederhana tanpa menggunakan alat yang canggih ataupun tenaga ahli untuk membuatnya

3.1.4 Strategi Pemasaran

Strategi untuk pemasaran abon lele ini mulai mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan sarana yang ada dalam dunia maya seperti adanya pemasaran melalui online dengan menggunakan media sosial yang ada dalam hal pemasaran. Ini akan lebih menyebar luas di kalangan umum tidak hanya pada wilayah lokal saja karena ini media sosial online bisa terhubung di manapun dan kemanapun baik antar Kabupaten, kota, provinsi maupun negara.



Gambar 3. Peta Pemasaran Abon Lele di Kabupaten Boyolali

3.1.5 Strategi Harga

Strategi harga yang digunakan adalah dengan menjual produk abon lele dengan harga yang terjangkau dan tetap mempertahankan harga olahan abon lele yang terjangkau sehingga masyarakat bisa membeli dari masyarakat dari berbagai golongan .Harga abon lele sendiri beragam mulai dari Rp 11.000 sampai harga Rp 20.000 .Untuk strategi harga lain para pengusaha membuat beragam pilihan dalam hal kemasan ada yang berisi 100 gram,250 gram,75 gram hal ini membuat pelanggan memilih olahan abon lele dengan sesuai kebutuhan dengan adanya ragam besar kecil atau banyaknya abon lele.Strategi harga juga berlaku dalam hal bahan kemasan yaitu dari kemasan plastik,aluminium foil dan kemasan tabung dengan adanya pilihan kemasan yang beragam maka masyarakat akan tertarik dengan produk olahan abon lele dengan harga yang berbeda - beda dan beragam semakin banyak pilihan membeli olahan produk abon lele dari mulai berat bersihnya,kemasannya, dan harganya.

3.2 Karakteristik Pengusaha Abon Lele

3.2.1 Usia Pengusaha Abon Lele

Umur pengusaha abon lele antara lain antara 30-50 tahun.Sebesar 50% pengusaha berusia lebih dari 49 tahun dan masing – masing pengusaha lainnya sebesar 25% berusia 30 sampai 35 tahun dan 35 sampai 49 tahun Dari hasil pengolahan data diatas dapat di analisis bahwa pengusaha abon lele memerlukan ketelitian karena hampir semua pengusaha abon lele dalam usia produktif dan masih bisa mengembangkan usaha hingga beberapa tahun kedepan.

3.2.2 Pendidikan Pengusaha Abon Lele

Sebanyak 3 pengusaha menempuh pendidikan terakhir nya SMA yaitu 75% sedangkan satu pengusaha persentase 25% pendidikan terakhirnya diploma.. Pola pikir dari pendidikan yang didapatkan mempengaruhi kreatifitas dari pengusaha dalam membuat abon lele dengan memilih

bahan baku serta pemasaran dan juga memberikan inovasi terhadap abon yang di jual dipasaran.

3.2.3 Jenis Kelamin Pengusaha Abon Lele

Jenis kelamin pengusaha abon lele iyalah seluruhnya adalah perempuan sebanyak 100% dari 4 pengusaha adalah perempuan. Karena perempuan dalam melakukan industri ini untuk mengisi waktu luangnya yang ikut membantu perekonomian suami dengan mendirikan usaha industri abon lele.

3.2.4 Status Perkawinan Pengusaha Abon Lele

Pengusaha abon lele 100% sudah menikah sebanyak 4 reponden Untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya maka mereka membangun usaha menjadi pengusaha abon lele. Status perkawinan juga membuat orang akan lebih mendapatkan kebutuhan hidup yang lebih banyak mulai dari suami atau istri , anak dan tanggungan keluarga lainnya.

3.2.5 Pekerjaan Sebelumnya Pengusaha Abon Lele

Ada beberapa pekerjaan sebelumnya yang pernah di lakukan oleh para pengusaha abon lele diantaranya adalah petani sebanyak 25 % yaitu satu responden dulunya adalah petani yaitu petani bercocok tanam di daerah sekitaran wilayah rumah responden dan sebanyak 3 reponden 75% dulunya adalah ibu rumah tangga. Kurangnya penghasilan di tempat kerja awal mempengaruhi para pekerja untuk berpindah tempat. Kondisi tersebut membuat reponden mencari cara lain supaya beroenghasilan lebih dari pekerjaan sebelumnya dalam upaya pemenuhan kebutuhan rumah tangga reponden tersebut dengan melihat peluang di sekitaran wilayah responden banyak tambak lele yaitu desa Tegalrejo Kecamatan Sawit Kabupaten.

3.2.6 Lama Usaha Abon Lele Didirikan

3 pengusaha yang berada di Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit lamanya mendirikan usaha ada yang 5 tahun, 8 tahun, dan 13 tahun. Sedangkan di Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono pendirian usaha selama 6 tahun. Digambarkan tentang lamanya pendirian usaha yaitu selama 13 tahun dan yang paling baru yaitu selama 5 tahun dan rata – rata lamanya pendirian usaha abon lele adalah 8 tahun. Hal ini menunjukkan keragaman dalam hal usaha itu berdiri ada yang masih terhitung baru, sedang dan lama dengan adanya contoh 2 pengusaha dengan lebih dari 5 tahun maka bisa usaha abon lele untuk dikembangkan lebih lagi sebagai acuan pengusaha lainnya untuk mendirikan usaha abon lele bisa bertahan lama dan menguntungkan.

3.3 Karakteristik Sosial Ekonomi

3.3.1 Pendapatan Industri Abon Lele

Pendapatan per bulan pengusaha abon lele berbeda – beda dari hasil wawancara yang saya lakukan terdapat pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Dari hasil wawancara pendapatan kotor pengusaha abon lele juga beragam mulai dari Rp 8.800.000, Rp 11.000.000, Rp 12.500.000 dan Rp 26.000.000. Akan tetapi menurut para pengusaha yang saya wawancarai pendapatan tersebut masih dikurangi seperti faktor produksi dari abon lele dan gaji karyawan industri abon lele dengan hal tersebut maka didapatkan pendapatan atau laba bersih para pengusaha abon lele mulai dari Rp 1.800.000, Rp 2.000.000, Rp 2.500.000 dan Rp 6.000.000 hal ini didapatkan dari laba bersih para pengusaha. Laba bersih yang didapatkan oleh pengusaha abon lele dengan pendapatan terendah yaitu Rp 1.800.000, tertinggi Rp 6.000.000 untuk pendapatan rata – rata pengusaha abon lele Rp 3.075.000. Pendapatan yang beragam dari para pengusaha abon lele terpengaruh dari hal modal, pengeluaran juga dari hasil penjualan abon lele dengan harga tersebut menentukan besar kecilnya pendapatan juga dari hal produksi produk yang banyak kemudian pemasaran yang luas.

3.3.2 Pengeluaran Industri Abon Lele

Dari 4 responden tersebut memiliki perbedaan pengeluaran per bulan ada yang pengeluarannya sebesar Rp 7.000.000 perbulan, Rp 9.000.000 perbulan, Rp 10.000.000 perbulan dan Rp 20.000.000. Pengeluaran rata-rata setiap bulan yang dikeluarkan oleh pengusaha abon lele untuk kelanjutan usahanya adalah Rp 11.500.000. sementara untuk pengeluaran paling rendah Rp 7.000.000 dan tertinggi yaitu Rp 20.000.000 pengeluaran ini meliputi modal usaha yang dipergunakan untuk bahan baku utama atau bahan tambahan dalam produksi , gaji tenaga kerja , pemasaran . Semakin besar usaha yang dijalankan maka semakin besar pula pengeluaran untuk modalnya.

3.4 Strategi Pengembangan Usaha Abon Lele

Pengusaha abon lele menggunakan 2 cara untuk strategi dalam usahanya . Yaitu memperoleh strategi produksi ini dengan cara datang langsung ke penjual di peternak ikan lele langsung di lokasi khususnya pada desa Tegalrejo karena tempatnya budidaya ikan lele berada di desa tersebut dan semakin mudah juga mendapatkan ikan yang lebih murah yang di dapat dekat dengan rumah produksi abon lele .

Dalam hal strategi memperoleh bahan baku juga para pengusaha memperoleh bahan baku dekat dengan wilayah lokasi industri abon lele baik di dalam wilayah satu Kecamatan maupun luar Kecamatan yang masih dekat atau bersebelahan dengan Kecamatan lokasi industri abon lele .Hal ini menguntungkan untuk mencari lokasi yang lebih dekat atau terjangkau dengan tidak memusingkan dalam hal transportasi untuk pengambilan bahan baku untuk menekan juga pengeluaran.

Strategi untuk pemasaran ada 4 cara yaitu dengan ikut serta dalam era globalisasi yaitu penggunaan internet sebagai sarana yang luas dalam hal pemasaran produk. Pada mas kini menggunakan online sangat tenar dilakukan pemilik usaha lain untuk memasarkan produknya karena dapat menjangkau

masyarakat yang lebih luas di wilayah loakah maupun interlokal bisa saja ke mancanegara .Hal ini perlu penggunaan media sosial sebagai alat pemasarannya baik dari media soisal Facebook , Instagram dapat dipasarkan dengan lebih menarik dengan pemberian foto produk manfaat dan lain sebagainya supaya konsumen lebih tertarik

Strategi tenaga kerja dengan menggunakan tensga kerja yang minim hanya ada 4 sampai 5 orang saja tenaga kerja yng diperlukan untuk menekan pengeluaran dari segi tenga kerja untuk mendapatkan laba yang besar.Dengan menggunskn tenga kerja lokal seperti tetangga atau saudara dekat rumh produksi tidak terikat pada suatu umr (upah minimum regional) yang dapat memberi keuntungan pada pengusaha sehingg bisa lebih luwes mengatur dan ada kesepakatan tentang suatu upah atau gaji kepafda tenaga kerja tersebut.

Strategi harga Strategi harga diperlukan sangat penting dalam hal tahap akhir suatu produk yaitu penjualan kepada konsumen.Pengusaha dalam startegi harga dengan tetap mejual produk dengan harga yang terjangkau dan dapat dibeli untuk semua kalangan dengan harga interval Rp 11.000 sampai Rp 20.000 .Pengusaha mencoba ada beragam harga dari olahan abon lele susai dengan varian berat atau isi abon tersebut.Mulai dari berat bersih 75 gram,100 gram, dan 125 gram membuat masyarakat banyak pilihan harga untuk dibeli sesuai dengan beratnya produk olahan abon dalam kemasan tersebut.

Pengusaha abon juga membedakan harga dengan adanya kemasan – kemasan yang berbeda mulai dari kemasan plastik, alumunium foil ,dan kemasan tabung.Hal ini membuat daya tarik masyarakat karena tidak hanya dari kemasan akan tetapi dari harga yang beragam tergantung dari isi dalam kemasan dan kemasan tersebut tentunya masih dalam kisaran harga yang terjangkau.

4. PENUTUP

Dari penelitian tentang Karakteristik Sosial Ekonomi Pengusaha Abon Lele di Desa Tegalrejo Kecamatan Sawit dan Desa Tanjungsari Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1) Karakteristik dari industri abon lele dapat disimpulkan bahwa usia responden yang bekerja di industri abon lele paling banyak adalah diatas 40-49 tahun ke atas. Kebanyakan dari responden yang bekerja membuka usaha abon lele adalah tamatan SMA. Kebanyakan pengusaha abon lele adalah perempuan kreatif dan semuanya sudah menikah. Pekerjaan di industri abon lele cukup menjanjikan karena para pekerja memilih meninggalkan pekerjaan lamanya untuk membuka usaha abon lele. Para pekerja telah bekerja di industri abon lele selama lebih dari 3 tahun. 2) Karakteristik sosial ekonomi dari pengusaha abon lele dapat disimpulkan bahwa pendapatan industri abon lele rata – rata sebesar Rp 14.575.000 dan laba bersih sebesar Rp 3.075.000 Untuk pengeluaran para pekerja termasuk rendah yaitu rata – rata Rp 11.750.000 setiap bulannya. Dengan pendapatan dan pengeluaran tersebut, maka para pengusaha masih bisa menggunakan sisa pendapatan untuk menabung atau untuk keperluan lain. 3) Strategi pengembangan usaha abon lele meliputi bahan baku yang lebih murah di dapat dari peternak lele langsung, inovasi dalam variasi rasa. Strategi tenaga kerja menggunakan tenaga kerja lokal tetangga atau saudara dekat dengan rumah produksi, meminimkan jumlah tenaga kerja. Strategi pemasaran menggunakan media sosial online, mengikuti even atau pameran kuliner pemasaran langsung , mulai memperkenalkan produk dri wilayah kabupaten terdekat dan memasarkan ke toko oleh – oleh khas kabupaten Boyolali. Strategi harga dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan dan varian harga sesuai dari kemasan maupun berat produk abon lele.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aryani, Esti Erma. (2014) “*Analisis Usaha Industri Anyaman Bambu di Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo Tahun 2013*”. Skripsi.
- Surakarta: Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Basu Swastha Dharmawasta dan T Hani Handoko, 2004. *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Liberty
- Bintarto. (1977) *"Buku Penuntun Geografi-Sosial"*. Yogyakarta : U.P Spring
- Boyd, Harper W. (2000) *"Manajemen Pemasaran"* Edisi Kedua Jakarta Erlangga.
- Effendi, Sofian dan Tukiran. (ed.) (2012) *"Metode Penelitian Survei"*. Jakarta : LP3ES
- Hadi, Partoso. 2009. Keterampilan Spasial dalam partosohadi.staff.fkip.uns.ac.id
- Irawati, Astri. (2016) *"Analisis Spasial Perkembangan Ekonomi Wilayah Kabupaten Sukoharjo Tahun 2008-2014"*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mantra, Ida Bagus. 1985. Pengantar Studi Geografi. Yogyakarta : Nurcahaya
- Moleong Lexi, J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Rosdakarya
- Munawir. 2005. Analisa Laporan Keuangan Yogyakarta: Liberty
- Nasucha, H Yakub, dkk. (2015) *"Bahasa Indonesia Untuk Penulisan Karya Tulis Ilmiah"*. Yogyakarta : Media Perkasa
- P .Joko Subagyo. 2011. *Metodologi Dalam Penelitian Dan Praktek*. Jakarta: Aneka Cipta
- Qoeriyah, Siti. (2018) *"Analisis Keberlangsungan Usaha Industri Genteng Di Kecamatan Jaten, Kabupaten Karanganyar Tahun 2017"*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Singarimbun, Masri . Dan Sofyan Effendi. 1985. *metode penelitian survai*. Jakarta: LP3ES-LK UGM.
- Suryani, A, Herliza Hambali, Encep Hidayat. 2007. Membuat Aneka Abon . Jakarta. Penebar Swadaya

Tambunan, Tulus. (1999) “*Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*”.

Jakarta: Seelemba empat

Tika, Pabundu Moh. (2005) “*Metode Penelitian geografi*”. Jakarta : Bumi Aksara

Wibisono, Manajemen Kinerja : Konsep Desain Dan Teknik Meningkatkan Daya
Saing Perusahaan ,Jakarta:Erlangga,2006,p.43

Widiastuti, R dkk. (2011) “*Kajian Stratejiek Kelola Usaha Pada Industri Kecil*”.
Forum Penelitian Vol.5 No.1 2011 Hal 1-11

Wulandari, O. 2000. *Pola Pertumbuhan Industri di Kabupaten Klaten dan
Faktorfaktor yang Mempengaruhi*. Skripsi. Fakultas Geografi Universitas
Gadjah Mada

Yunus, Hadi Sabari. (2010) “*Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*”.
Yogyakarta : Pustaka Pelajar